

ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА УПОТРЕБЛЕНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН В ТЕКСТАХ НЕМЕЦКИХ СМИ

Ключевые слова: теория прецедентности, прецедентное имя, немецкие прецедентные имена, язык СМИ, когнитивная лингвистика.

Прецедентные имена как особый подвид прецедентных феноменов присутствуют в текстах СМИ различной жанровой принадлежности: их употребление зафиксировано как в информационных, так и в аналитических жанрах. При этом использование прецедентных имен в этих жанрах медиатекстов отмечено целым рядом специфических особенностей: в зависимости от жанра СМИ можно проследить определенные тенденции употребления прецедентных имен тех или иных тематических групп, отличающихся особыми морфологическими и синтаксическими характеристиками, а также выполняющих в тексте заданные адресантом данного жанра медиатекста функции.

E. S. STEPANOV

St. Petersburg State University

GENRE SPECIFICS OF THE USE OF PRECEDENT NAMES IN GERMAN MEDIA TEXTS

Keywords: theory of precedence, precedent name, German precedent names, language of mass media, cognitive linguistics.

Precedent names, a specific subtype of precedent phenomena, can be found in mass media texts of a broad spectrum of genres. Their use is noted in particular both in informational and analytical genres. The use of precedent names in media texts is marked by a row of specific peculiarities which examination is the subject of the present article. Depending on the mass media genre it is possible to trace the tendencies of the use of precedent names of particular thematic groups that are characterized by special morphological and syntactical features as well as fulfill specific functions intended by the author in text.

Введение

В современных СМИ наблюдается тенденция вводить прецедентные имена — один из подвидов прецедентных феноменов, заключающих в себе дополнительную внеязыковую информацию лингвокультурного толка, — в медиатексты для придания последним дополнительной эмотивности и образности, а также для привлечения внимания читателя и установления более доверительных отношений между ним и автором. При этом прецедентные имена

встречаются в различных жанрах текстов СМИ и характеризуются определенными особенностями в зависимости от того, в какой именно разновидности медиатекстов они используются.

Традиционно при классификации жанров СМИ выделяют две большие группы — информационные и аналитические жанры. К первой группе относятся новости, интервью, репортажи, комментарии, а к группе аналитических жанров — корреспонденции и статьи [1, с. 7].

В настоящее время деление жанров СМИ часто происходит на основе того, что является предметом их рассмотрения. Так, в трактовке Т. Репковой предметом журналистики могут выступать события, проблемы и люди, в связи с чем автор выделяет три класса современных жанров СМИ: новостные, аналитические и эмоциональные [2, с. 13]. Фокус новостных жанров нацелен на отражение событий, в этой группе как жанры выделяются различные типы новостных заметок, а также событийное интервью. Предметом аналитических жанров или «рациональной публицистики» является решение людьми проблем; среди аналитических жанров можно отметить статью, комментарий и экспертное интервью. «Эмоциональной публицистике» интересны сами люди и их характеры, поэтому к эмоциональным жанрам относятся репортаж, портрет, личностное интервью.

Для исследования жанровой специфики употребления прецедентных имен в немецких СМИ на базе системы автоматизированных корпусов текстов COSMAS II были отобраны и проанализированы 1013 случаев использования прецедентных имен в текстах различной жанровой принадлежности. Наибольшее количество контекстных реализаций прецедентных имен, а именно 547 реализаций, было зафиксировано в жанре аналитической статьи. В ин-

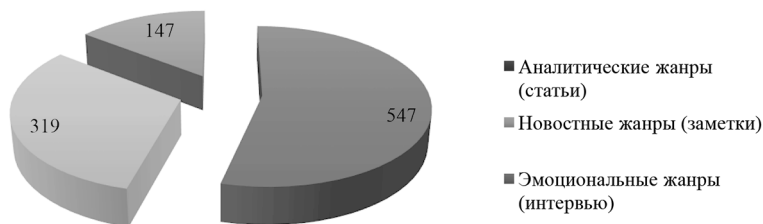


Рис. Количество контекстных реализаций прецедентных имен в текстах различных жанров СМИ

формационных жанрах, в частности в заметках и событийных статьях, обнаружено 319 случаев употребления прецедентных имен, а в личностных интервью и репортажах, то есть в «эмоциональной публицистике», — 147 (см. рисунок).

В зависимости от того, в тексты какого жанра вводятся прецедентные имена, эти онимы могут характеризоваться специфическими особенностями употребления.

Аналитические жанры

В аналитической статье производится анализ и обобщение фактов и явлений, а рассмотрение событий производится от общего к частному: автор статьи для получения научно обоснованных выводов исследует факты в глобальных масштабах [3]. То обстоятельство, что именно в аналитических статьях обнаружено наибольшее число случаев использования прецедентных имен, связано с тем, что автор прибегает к ним для придания своей статье большей степени образности и экспрессивности. Журналисты вставляют прецедентные имена в свои тексты, чтобы дать читателю повод для размышления и сравнения, чтобы навести его на мысль о сопоставлении приводимых в статье фактов с уже известными прецедентными ситуациями и таким образом подвести читателя к оценке этих фактов в том или ином ключе. В исследованиях из области журналистики утверждается, что личности представляют для читателей больший интерес, чем абстрактные, комплексные социальные процессы; данное явление в зарубежной литературе получило название “human interest” [4, S. 39]. От этого в коммерческом плане выигрывают и сами издания, так как имена придают статьям личностный характер, а «каждое напечатанное имя — это три проданных экземпляра» [5, S. 100]. Пользуясь этим правилом, журналисты часто прибегают к приему характеристики персонажа статьи при помощи прецедентного имени. В статье, анализирующей футбольный скандал на матче в Дании, автор обозначает нарушившего правила футболиста Луиса Адриано «вторым Хойцером», которого в Германии часто уличали в нечестной игре:

- (1) *Aber dieser Luiz Adriano steht wohl bald synonym für alles, was Fairplay ad absurdum führt. Der zweite Hoyzer des Weltfußballs* (Nürnberger Zeitung, 22.11.2012, S. 26).

Журналисты в этой связи говорят об особом явлении — персонализации публицистических текстов, приеме, когда на первый план выходит развлекательная функция текстов, а общественные процессы освещаются ограниченно через призму поведения отдельных личностей, включенных в эти процессы. В таком случае люди называются по имени, а иногда к имени добавляются ярко окрашенные метафоры и эпитеты, что приводит к интимизации и психологизации текста, как, например, в следующем примере, где автор называет биолога Жиль-Эри Сералини за его разоблачительные исследования ГМО «Эдвардом Сноуденом науки»:

- (2) *Ein Kleiner gegen die Großen, ein furchtloser Held, ein Edward Snowden der Wissenschaft: Gilles-Éric Séralini* (Die ZEIT, 24.09.2015, S.37).

Прием персонализации в качестве одной из техник «human interest» был перенят немецкими газетами и журналами как удачный опыт американских новостных журналов Time и Newsweek. В его рамках психологизация, интимизация, подчеркивание статуса описываемого персонажа, информация о его личных отношениях, семье или имуществе становятся средствами реальной характеристики личности. Этот же прием может быть, однако, направлен и на создание эффекта отстранения, причем для его достижения применяются особые стилистические элементы, например, перегрузка атрибутами и описанием, гиперболизация, аллитерация:

- (3) *Liebe Annette Schavan, Sie haben ein wunderbares, unverheiratetes Lehrerinnen-Gesicht. Sie sind wie eine Cousine, die keinen Mann bekommen hat. Ihre Frisur ist bubihaft. So kämmten sich Frauen vor 30 Jahren. Wahrscheinlich essen Sie gerne Ziegenkäse. Ich glaube nicht, dass Sie eine Betrügerin sind.* (URL:<http://www.bild.de/news/standards/franz-josef-wagner/liebe-annette-schavan-28228768.bild.html>)

В приведенном примере из-за чрезмерно пространный иронического описания Аннетте Шаван, на которую после обнаружения плагиата в ее диссертации обрушилась волна критики, у читателя возникает чувство отстраненности и неприязни к ней.

Использование онимов влияет на сам тип и структуру текста. Некоторые варианты введения прецедентного имени в дискурс могут использоваться только в определенные временные перио-

ды или в конкретных типах текстов [6, S. 165]. Так, фамильярные обозначения политиков только по фамилии возможны, например, в статьях, содержащих критику или сатиру:

- (4) *Mit dem Neusprech **der Wulffs, Kochs und Merkels**, in dem Lügen zu „Dummheiten“ werden, „Konsequenzen“ in der Verweigerung derselben bestehen und politisches Versagen im Amt zu „handwerklichen Fehlern“ wird, kann man es nicht* (Süddeutsche Zeitung, 15.02.2000, S. 17).

В данном примере фамилии немецких политиков Кристиана Вульффа, Роланда Коха и Ангелы Меркель, употребленные к тому же во множественном числе, свидетельствуют о критическом отношении автора статьи к ним.

Изучение аналитических статей показало, что прецедентные имена являются их важным компонентом благодаря высокой степени выразительности и оценочности, заключенной в компактную форму имени.

Новостные жанры

Новостные заметки предлагают читателям краткое изложение последних событий и новостей. Они направлены на передачу конкретного фактического материала. Иногда заметки выходят в расширенном виде с более подробным описанием того или иного события или происшествия. Новостные жанры отражают речь и мысли персонажей, которые принимают участие в определенных событиях, таким образом, прецедентные имена вводятся в новостные заметки, как правило, в составе маркированных или немаркированных цитат, передающих слова участников новости:

- (5) *Wie der ukrainische Premier **Arseni Jazenjuk** im September geäußert hatte, soll es **eine Mauer nach dem Berliner Vorbild** sein. „Nur so wird eine echte Staatsgrenze entstehen“, betonte er damals* (Neue Zürcher Zeitung, 13.12.2013, S. 5).

Пример выше содержит выдержку из речи Арсения Яценюка о строительстве на границах Украины стены по немецкому образцу.

Иногда в виде новости издания предлагают прямую цитату вместе с именем человека, ее произнесшего. Так, например, поступила газета *die tageszeitung*, приведя слова адвоката С. Шармера о том,

что в деле группировки «Национал-социалистическое подполье» выступит свидетель-разоблачитель (такой, как Э. Сноуден):

- (6) *Scharmer: Es freut mich, dass ein Verfassungsschutzchef zu einem neuen Snowden im NSU-Komplex aufruft* (die tageszeitung, 05.11.2016, S. 8–9).

Эмоциональные жанры

Такой вид эмоционального жанра, как репортаж, представляет собой наглядное изображение событий с субъективно окрашенной точки зрения журналиста или другого действующего лица. Автор ведет прямой обзор с места событий и для описания ситуации часто применяет прецедентные имена, отличающиеся яркой семантикой, в большинстве случаев пейоративной. В репортажах встречаются, в основном, прецедентные имена из классов хремотонимов, хрононимов и праксонимов. В репортаже с фестиваля в Казантипе для обозначения входной зоны использовано прецедентное имя *Eiserner Vorhang*, намекающее читателю, что вход на мероприятие строго регулируется:

- (7) *Wenn man erst einmal drin ist in Kazantip. Ein „Eiserner Vorhang“ verwehrt die Einreise. Inmitten der Grenzbefestigungsanlagen aus Beton steht eine „Botschaft“, die gegen hohe Gebühr „Visa“ ausstellt* (FOCUS, 18.08.2003, S. 092–097).

Другая разновидность эмоциональных жанров — личностное интервью — определяется как изложение фактов от имени того, с кем ведется беседа, а его целью является раскрытие личности интервьюируемого, его целей, намерений и мотивации. При этом либо интервьюер, либо сам интервьюируемый могут сравнивать описываемую личность с какой-либо иной, употребляя для этого прецедентное имя. В такой ситуации используемые прецедентные имена обычно обладают мелиоративными коннотациями и служат для сравнения, в основном по неким положительным качествам. В этих случаях часто используются конструкции, где к прецедентному имени для уточнения его характеристики добавляются несогласованные атрибуты в постпозиции. Прецедентное имя при этом может стоять в позиции «семантического предиката». В интервью с певцом Samprino интервьюер, например, ссылается при сравне-

нии мастерства своего интервьюируемого на футболиста Ули Хенесса:

- (8) *Eigentlich sind Sie der Uli Hoeneß der deutschen Rockszene.*
(URL:http://www.focus.de/kultur/musik/tid-25970/interview-mit-saenger-campino-ich-brauchte-die-exzesse-und-den-kontrollverlust-ich-zolle-uli-hoeness-grossen-respekt_aid_760210.html)

При сопоставлении двух подвидов эмоциональных жанров — репортажа и личного интервью — было установлено, что прецедентные имена вводятся в тексты этих жанров с двумя противоположным целями: в первом случае, как правило, для негативной характеристики, во втором — для положительного сравнения.

Заключение

Таким образом, проведенное исследование показало, что прецедентные имена встречаются во всех жанровых группах немецких СМИ. Особенно часто они употребляются в жанре аналитической статьи в качестве приема яркого образного и метафорического обозначения социальных процессов и событий. В статьях прецедентные имена выступают средством экспрессивной оценки, с помощью которого автор может выразить свое личное отношение к происходящему. Кроме того, прецедентные имена используются в информационных жанрах в качестве цитат из речей действующих лиц новостей. В связи с этим в новостных заметках они не передают личного мнения автора, а служат только для ознакомления читателя с позицией политиков и общественных деятелей. В «эмоциональной публицистике» прецедентные имена могут вводиться для характеристики интервьюируемых, которая в жанре репортажа является обычно отрицательной, а в жанре личного интервью — положительной.

Литература

1. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика: учеб. пособие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008.
2. Репкова, Т. Новое время: как создать профессиональную газету в демократическом обществе. М.: IREX ПроМедиа, 2004.
3. Кадькова, И. Жанры журналистики. URL: <http://zhurnalistika.net/20110313845/teoriya-zhurnalistiki/osnovy-zhurnalistiki/irina-kadykova.-zhanry-zhurnalistiki.html> (дата обращения: 04.01.2018).

4. Robling, F.H. Personendarstellung im Spiegel — erläutert an Titel-Stories aus der Zeit der Großen Koalition. Tübingen: Niemeyer, 1983.
5. La Roche, W.von. Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauerer Beschreibung aller Bildungswege. 10, Neubearb. Aufl. München: Springer, 1987.
6. Ittner, A. Namen — Wissen — Textkonstitution // Nominalization, Nomination and Naming / Hrsg. Chr. Todenhagen, W.Thiele. Tübingen, Stauffenburg, Verlag Brigitte Narr, 2007. S. 157–169.

References

1. Kolesnichenko, A. V. *Prakticheskaja zhurnalistika. Uchebnoe posobie* [Practical journalistic. Study guide]. Moscow, Izd-vo Mosk. univers., 2008. (In Russian)
2. Repkova, T. *Novoe vremia: kak sozdat' professional'nuiu gazetnu v demokraticheskom obshchestve* [The New Time: How to create a professional newspaper in democratic society]. Moscow, IREX Promedia Publ., 2004. (In Russian)
3. Kadykova, I. *Zhanry zhurnalistiki* [Genres of journalistic]. Available at: <http://zhurnalistika.net/20110313845/teoriya-zhurnalistiki/osnovy-zhurnalistiki/irina-kadykova.-zhanry-zhurnalistiki.html> (accessed: 04.01.2018). (In Russian)
4. Robling, F.H. *Personendarstellung im Spiegel — erläutert an Titel-Stories aus der Zeit der Großen Koalition*. Tübingen, Niemeyer, 1983.
5. La Roche, W.von. *Einführung in den praktischen Journalismus*. Mit genauerer Beschreibung aller Bildungswege. 10, Neubearb. Aufl. München, 1987.
6. Ittner, A. Namen — Wissen — Textkonstitution. *Nominalization, Nomination and Naming*. Chr. Todenhagen, W.Thiele (eds). Tübingen, Stauffenburg, Verlag Brigitte Narr, 2007. S. 157–169.

Степанов Евгений Сергеевич

Старший преподаватель кафедры немецкой филологии СПбГУ

Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Evgenii S. Stepanov

Senior lecturer of German Philology Department,

St. Petersburg State University

Address: 7–9, Universitetskaya emb., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

E-Mail: st0216@spbu.ru